



Subcampo científico en la investigación en comunicación en Colombia

LINA MARÍA GONZÁLEZ CORREA

Doctora en Comunicación. Profesora de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó.

lina.gonzalezco@amigo.edu.co

Resumen

La “proliferación” de programas de estudio a niveles técnico, tecnológico y profesional en Comunicación en América Latina ha estado de la mano de las necesidades del mercado laboral. Las empresas, presionadas por la estrategia de la globalización en el contexto de una economía capitalista competitiva, requieren trabajadores cada vez más capaces de enfrentar los nuevos roles y demandas de la sociedad del conocimiento. Dicho crecimiento, exagerado por una parte, y basado en las necesidades del mercado por otra, redundante y aporta en la falta de claridad del objeto de estudio de la comunicación: “Un poco más de 75 años formando comunicadores/periodistas en el continente y un auge sostenido y casi desmedido de las facultades y escuelas en los últimos 10 años, [...] no han asegurado ni la ‘madurez epistemológica’ de la Comunicación en la



academia, ni su legitimidad investigativa” (Roveda, 2009, p. 294). El caso colombiano no se aleja del contexto. La cifra de programas, escuelas y facultades ha aumentado en los últimos años: “En Colombia existen alrededor de 54 universidades, públicas y privadas, que ofrecen 60 programas académicos profesionales relacionados con la comunicación social, el periodismo y los medios” (Roveda, 2009, p. 292).

Palabras clave: comunicación, investigación, subcampo científico, estado del arte, formación en Comunicación.

Introducción

La historia de la formación en Comunicación en Colombia es reciente: la facultad más antigua data de 1949. A partir de allí, y hasta mediados de los años 90’s, el crecimiento fue lento. En la actualidad la cantidad de facultades de Comunicación rebasa las necesidades de profesionales en el medio.

A partir de lo anterior surge la siguiente pregunta: ¿El aumento en el número de facultades de Comunicación en Colombia, no debería ser paralelo al aumento de la producción académica propia del campo? A pesar de la alta cantidad de facultades, la producción académica y científica colombiana, en materia de comunicación sigue siendo tímida.

Los recursos invertidos en investigación aplicada son escasos en comparación con lo que se invierte en otras disciplinas, porque el campo no ha demostrado, en el contexto local, que el objeto de estudio es claro y que los resultados de las investigaciones aportan a la construcción del



país, al ser entendida la comunicación como un proceso de mediación que transforma las sociedades en el camino de superación de las diferencias económicas, políticas, sociales y culturales.

En el contexto mundial la investigación y la producción científica, en el campo de la comunicación han estado desarticuladas. Lo anterior ha redundado en falta de claridad frente al objeto de estudio, las metodologías, y por ende, en la consolidación del campo como ciencia:

Casi no hay comunicación entre los diferentes campos y las tradiciones disciplinarias. Cada uno tiene sus propias revistas, están en distintos departamentos y pertenecen a diferentes asociaciones o diferentes divisiones. Por otra parte, y en franca coincidencia con la caracterización de una disciplina inmadura a lo Kuhn, Donsbach afirma que “el área sufre, progresivamente, de erosión epistemológica” (Otero, 2010, p.9).

El caso colombiano no ha sido diferente. En el campo académico se evidencia poca unidad entre la teoría, la investigación y la formación universitaria.

Según la investigadora brasilera María Immacolata Vasallo (2002), “... el campo académico de la comunicación está constituido por un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación” (Pereira, 2005, p. 416).



Dentro del campo académico y de formación de las disciplinas, podemos identificar claramente tres sub-campos, que servirán como esquema de los principales temas a analizar y a desarrollar, para determinar el contexto actual de los estudios de comunicación en las principales facultades de Comunicación en Colombia:

1. **El científico:** da cuenta de las políticas universitarias en materia de investigación formativa y aplicada, “implica las prácticas de investigación y de producción del conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías” (Pereira, 2005, p. 424).
2. **El educativo:** determina la concepción epistemológica de los programas de Comunicación Social y da cuenta de los autores y metodologías utilizadas para la enseñanza de la comunicación.
3. **El profesional:** porque demuestra la pertinencia social de los programas y su articulación con el contexto y sus necesidades. Este sub-campo está “caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado del trabajo” (Pereira, 2005, p.424)

El campo disciplinar de la comunicación

A lo largo de la revisión bibliográfica realizada en el estudio, se han encontrado antecedentes que recogen información referida a investigaciones en comunicación realizadas en Colombia entre 1960 – 1985, con



carácter evaluativo de programas sociales puestos en marcha, no dirigidas a la comunicación en tanto objeto de estudio:

Los primeros estudios en el campo de la comunicación en realizados en el país durante la década del sesenta se interrogan sobre algún componente de la comunicación dentro de los programas de intervención social ejecutados como parte de la política de modernización del Estado y de la sociedad (Álvarez, 2009, p.19).

Como bien señala Carlos Follari (2011), el campo de la comunicación se ha ido construyendo a partir de las necesidades profesionales, de preguntas de investigación muy concretas y referidas al poder de los medios de comunicación, mientras que la construcción teórica se ha ido desarrollando a partir de diferentes posturas con respecto a los diversos niveles de la comunicación que hoy conocemos: personal, grupal y social o medial.

Para la presente investigación, se tuvo en cuenta el Nivel Social o Medial de la comunicación, en tanto integra, a partir de los roles de los elementos del proceso comunicativo, diferentes públicos e intereses, y define a la comunicación como aquellos procesos simbólicos de intercambio de sentidos que tiene como finalidad última la transformación de las realidades sociales.

En el nivel social o medial definido por (Cárdenas, 2015), hay que tener en cuenta los nuevos escenarios en los que se realizan los procesos comunicativos: los “Nuevos Medios”, porque han permitido otras formas de relaciones comunicativas a nivel global.



Con el desarrollo tecnológico, se colocó a la comunicación en el centro del cambio social, y aunque ganó en interés y visibilidad, también ganó ambigüedad, con la consecuencia de agregar nuevas dificultades a la construcción de un conjunto específico de conocimiento y de un cuerpo metodológico común. En ese mismo sentido, Follari al repasar el campo de la epistemología, y señalar que también es un concepto que ha estado en discusión en los últimos años, recuerda con firmeza que los valores atraviesen la ciencia social, está lejos de significar que esta se limite a ser mera transcripción de valores previamente establecidos, o exclusivamente producción de otros nuevos. (Bessone, 2011, p.32).

Dado el carácter universal de la comunicación, es un fenómeno social que tiene como último fin mediar y facilitar las relaciones sociales, no se puede estudiar de manera aislada, sino más bien en relación con otras disciplinas científicas:

En los debates realizados en el contexto internacional sobre el estatuto epistemológico de la comunicación para definir si se trata de una ciencia, de una disciplina, de una interdisciplina, de una transdisciplina, de un campo de conocimiento, o incluso, si como prefiere Fernando Andrach (2001), de una 'indisciplina', la acepción que más fuerza ha tomado es la de campo trans e interdisciplinar de conocimiento de las ciencias humanas y sociales (Múnera, 2010, p.12).



De lo anterior se puede deducir que al ser un campo que permea toda la actividad humana, son válidos los diversos puntos de vista teóricos, y los aportes de otras disciplinas han aportado a la mirada del objeto de estudio de la comunicación. Sin embargo, también ha sido un factor determinante en la consolidación como campo de estudios, ya que la multiplicidad de miradas ha permitido que las Facultades, en el caso colombiano, tengan diversos énfasis y poca unidad en los pensum académicos.

La investigación en comunicación en Colombia: las primeras décadas

Uno de los autores que mayor claridad tiene en cuanto a la historia de los estudios de Comunicación en Colombia es el Dr. Luis Evelio Álvarez. En su tesis para optar al título de Doctor en Educación de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC, propone tres estilos de estudios en la investigación, siendo el predominante el modelo funcionalista:

Entre el periodo 1962-1984 las investigaciones realizadas en el campo de la comunicación con el modelo funcionalista – difusionista alcanzaron el 62 % del total de las 253 investigaciones realizadas. El porcentaje restante lo conforman estudios históricos de la opción socialista o semiótico – estructuralista. Por tanto, dada la preponderancia de la investigación funcionalista – difusionista, a este modelo



se le ha llamado el modelo hegemónico de investigación de la comunicación mediática (Álvarez, 2009, p.21).

Sin embargo, Álvarez profundiza al analizar algunas categorías en el “modelo conceptual y el enfoque metodológico”, dividiendo los estudios de la siguiente manera:

La investigación con enfoque funcionalista – difusionista, o también llamada comunicación para el desarrollo, promovida por universidades norteamericanas y europeas en asocio con instituciones e investigadores de Colombia.

La investigación en comunicación patrocinada por la Iglesia Católica o por comunidades religiosas de la misma adelantada por entidades creadas para dicho propósito. Algunas de ellas tenían en sus inicios un propósito educativo, sin embargo, incluyeron la investigación en comunicación; tal es el caso de Acción Cultural Popular (Acpo).

La investigación realizada con base en los presupuestos del socialismo, aplicando los conceptos de cultura de masas, industria cultural, aparatos ideológicos del Estado, sistemas de propiedad de los medios; son los casos de entidades como Odei, SCCS, Cepal, Cinep.

Otro tipo de investigación acogió los presupuestos de la semiótica y el estructuralismo para el análisis de los mensajes de la comunicación, y centró sus esfuerzos en la búsqueda de la connotación y las estructuras profundas de los mensajes” (Álvarez, 2009, p.46).

A partir de la revisión anterior, el autor formula un nuevo estilo de conocimiento basado en la “cultura”, que predominó en el país a lo largo de la década de los ochenta, que es consecuente con las tendencias de



investigación en Latinoamérica. La tendencia de la época basa la óptica en la cultura, a partir de la cual se explican las relaciones simbólicas que operan en el proceso comunicativo, y que son las que intentan entender y explicar el entramado de la sociedad, a partir de sus prácticas discursivas:

Al inicio de los años ochenta irrumpen con fuerza los estudios sobre la comunicación popular, la comunicación alternativa, la comunicación comunitaria, tanto para la radio como para la televisión y prensa. Son características de la época estudios sobre la prensa sensacionalista, la radionovela, la telenovela, el barrio como manifestación de lo popular, la música popular y el rock. Lo anterior como expresión de un nuevo estilo de hacer investigación de la comunicación desde un enfoque cultural. (Álvarez, 2009, p. 47)

Es a comienzos de los años noventa, cuando la investigación en comunicación en el país comienza a dar cuenta de los nuevos escenarios en los cuales se realiza el proceso comunicativo; y son los Nuevos Medios de Comunicación los canales a partir de los cuales los mensajes circulan y transforman las funciones comunicativas del emisor y el receptor.

A lo largo de la investigación surgen nuevos interrogantes: Si bien es cierto que el proceso comunicativo ha sufrido transformaciones a partir de las tecnologías digitales, ¿se podría afirmar que el modelo de conocimiento desde lo cultural ha perdido relevancia? O bien, ¿es posible afirmar que, a pesar del uso “extendido” de los nuevos medios de información, el objeto de estudio no se ha transformado, sino más bien, se ha



estudiado en otras plataformas sin sufrir cambios sustanciales en sus modelos?

Dado el carácter universal de la comunicación, es un fenómeno social que no se puede estudiar de manera aislada, sino más bien en relación con otras disciplinas científicas:

En los debates realizados en el contexto internacional sobre el estatuto epistemológico de la comunicación para definir si se trata de una ciencia, de una disciplina, de una interdisciplina, de una transdisciplina, de un campo de conocimiento, o incluso, si como prefiere Fernando Andrach (2001), de una ‘indisciplina’, la acepción que más fuerza ha tomado es la de campo trans e interdisciplinar de conocimiento de las ciencias humanas y sociales (Múnera, 2010, p.12).

En los estudios de comunicación en Colombia cabe destacar a Diana Obregón Torres en su libro: “Surgimiento de las sociedades científicas en Colombia, 1859 - 1936”, en el cual no se encuentra ninguna referencia de estudios en comunicación como ciencia, disciplina, o campo de estudio, sin embargo, da cuenta del desarrollo de la comunidad científica colombiana a principios del siglo XX.

El trabajo de Elizabeth Fox de Cardona, reseñado en la mayoría de estudios posteriores y titulado “Investigaciones sobre televisión en Colombia (FEPEC, 1968), es el primer intento por recolectar las investigaciones sobre el tema.

Por su parte Patricia Anzola y Patricio Cooper publican en 1985: “La investigación en comunicación social en Colombia”, que “... Tiene una



consideración especial porque es el estudio bibliográfico más completo sobre el campo de la comunicación en Colombia en tanto que registra y describe el conjunto de la investigación sobre la comunicación en el país desde 1884 hasta 1994 y clasifica los registros a partir de 42 categorías temáticas” (Álvarez, 2009, p.38).

Mariluz Restrepo, en un estudio realizado en 1990, con el auspicio de la Pontificia Universidad Javeriana la investigación “La televisión en Colombia: 30 años de documentación”, tuvo como principal objetivo “... Abarcar los trabajos totalmente consagrados a la televisión colombiana y aquellos documentos que tratan el tema de forma parcial (...) que incluye información referente a 345 documentos que se han elaborado sobre el tema de la televisión colombiana desde 1959 hasta diciembre de 1989” (Restrepo, 1990, p.5).

Posteriormente, el Dr Luis Evelio Álvarez publica en 2009 el libro “Estilos de comunicación en los estudios de comunicación mediática en Colombia. Años 1962 a 1990, como tesis para optar al título de doctor en Educación.

Queda claro que la comunicación no se ha configurado ni como ciencia ni como disciplina. Pero no hay duda de que la institucionalización y la cultura académica que existe sobre el fenómeno comunicativo, que se observa en la trayectoria de los estudios sobre comunicación, permiten hablar de un campo académico. Jesús Martín Barbero ahonda en lo anterior, al postular que el necesario avance hacia comunicación es un objeto de estudio que debe interesar a



varias disciplinas, pero esta condición hace simultáneamente que la consolidación teórica siga sin lograrse. (Rizo, 2012, p.27).

Durante la misma década se realizan otros estudios aislados, como resultado de esfuerzos investigativos de universidades y asociaciones, que dan cuenta de la fragmentación y el poco dialogo en los estudios de comunicación en Colombia, y el desconocimiento de lo investigado, por falta de experiencias de sistematización del mismo.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, L. (2009). *Estilos de conocimiento en los estudios de la comunicación mediática en Colombia. Años 1962 a 1990*. Colombia: Colección Tesis Doctorales de Rudecolombia.
- Anzola, P. y Cooper, P. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Lima: Desco - Acics, Alaic.
- Cárdenas, M. (2015). *Foros y trayectorias de la Comunicación Social*. Chile: Ruta Futuro
- Fox, E. Bernal, H. Rincón, H, Novoa, A. y Hauzeur, R. (1980). *La investigación en comunicaciones en Colombia*. Bogotá: Fepec (Informe final).
- Fuentes Navarro, R. (2008). *La comunicación desde una perspectiva ociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007*. Guadalajara: Iteso.
- Giraldo Isaza, F. (1998). Las ciencias sociales en Colombia [Versión Electrónica]. *Revista de Estudios Sociales*, 1. Recuperado de <http://res.uniandes.edu.co/view.php/42/view.php>



- Herrán, M. T. (1991). *La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia*. Bogotá: Fescol – Cerec.
- Martin-Barbero, J. (1993). *Retos a la investigación en comunicación en América Latina*. México: Unam.
- Martin-Barbero, J. (1993). La comunicación: un campo de problemas a pensar. En: *Colombia, Ciencia y Tecnología. Santafé de Bogotá: Colciencias, 11(2)*.
- Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y en Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Múnera, P. (2010) Una aproximación in-disciplinaria a la epistemología de la comunicación. *Encuentros, 8(15)*, pp. 11-23. En línea, disponible en http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/encuentros/volumen-8-no-15/art01.pdf
- Obregón, D., et al. (1993). *Historia Social de la ciencia en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Colciencias.
- Obregón, D., et al. (1995). Historiografía de la ciencia en Colombia. En: la historia al final del milenio. *Ensayos de historiografía colombiana y latinoamericana, 2*.
- Otero Bello, E. (1997-1998). Algunos cruzamientos temáticos entre teoría de la comunicación y antropología [Versión Electrónica]. *Revista Chilena de Antropología, 14*, pp. 19-30. Recuperado de <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/RCA/article/viewPDFInterstitial/17500/18270>



- Otero Bello, E. (2006). El 'estado del arte' en teoría de la comunicación: un ejercicio kuhniano [Versión Electrónica]. *Ciencias Sociales Online*, 3(1), pp. 70-90. Recuperado de <http://www.uvm.cl/csonline>
- Pereira, J. (2005). La comunicación: un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia. *Colombia: Investigación y Desarrollo*, 13(2), pp. 412-44
- Pineda, M. (2004). "La investigación de la comunicación en América Latina: ¿cómo lo hacemos y hacia dónde vamos?". Ponencia presentada en el VII Congreso de ALAIC. En línea, disponible en [http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_17/gt17 %20p16.html](http://www.alaic.net/VII_congreso/gt/gt_17/gt17%20p16.html)
- Restrepo, M., et al. (1990). *La televisión en Colombia: Treinta años de documentación*. Bogotá: Felafacs.
- Rincón, H. (1978). *La comunicación social en Colombia "Análisis comprensivo de las investigaciones realizadas"*. Tesis Doctoral. Universidad de Pardue. Bogotá: Acpo.
- Rogers, E. (1964). Nuevas técnicas y tendencias de la investigación en comunicación. En: Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación. Bogotá: Cuadernos, 29.
- Téllez, H. (1974). *Cincuenta años de radiodifusión en Colombia*. Medellín: Bedout.
- White, R. (1976). *Criterios para la investigación. En: los Jesuitas latinoamericanos y la investigación en comunicación*. Caracas: Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín.